

DOI: 10.31866/2410-1311.37.2021.236025
УДК 338.48-6:338.483.12

НАЦІОНАЛЬНІ КУЛЬТУРНІ МАРШРУТИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ САМОБУТНІХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Устименко Леся Миколаївна^{1а}, Крупа Інна Петрівна^{2а}

¹Кандидат педагогічних наук, доцент,
ORCID: 0000-0003-2631-1459, e-mail: ustilesia@gmail.com,

²Викладач,
ORCID: 0000-0002-3930-5552, e-mail: innuka@ukr.net,

^аКиївський національний університет культури і мистецтв,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Устименко, Л.М., & Крупа І.П. (2021). Національні культурні маршрути як чинник розвитку самобутніх туристичних дестинацій. *Питання культурології*, (37), 222-230. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236025>.

Анотація

Мета статті — проаналізувати вплив національних культурних маршрутів на розвиток самобутніх туристичних дестинацій. Національні культурні туристичні маршрути є своєрідним засобом трансляції культури країни та можуть використовуватися для розвитку як самої особистості, так і самобутніх туристичних дестинацій. Методологія дослідження полягає у використанні методів комплексного аналізу та синтезу, дедукції та індукції, а також контент-аналізу основних статистичних і наукових джерел щодо впливу національних культурних маршрутів на формування самобутніх туристичних дестинацій, міждисциплінарного характеру основних напрямів реалізації програм створення національних культурних маршрутів з метою розвитку самобутніх туристичних дестинацій. Наукова новизна. Визначено основні напрями реалізації програм створення національних культурних маршрутів з метою розвитку самобутніх туристичних дестинацій. Обґрунтовано і введено до наукового обігу теорії культурології та туризмознавства поняття «національний туристичний тренд». Висновки. Схарактеризовано та проаналізовано основні сучасні національні туристичні тренди, що впливають на формування національних культурних маршрутів, зокрема популяризація національної культурної спадщини, розвиток внутрішнього туризму за умови покращення його сервісу; використання соціальних мереж з метою реклами розвитку самобутніх туристичних дестинацій; розвиток інноваційних форм роботи серед потенційних та реальних споживачів; оптимізація віртуалізації подачі інформації про туристичні дестинації з доповненою реальністю; цілодобова підтримка в соціальних мережах. Доведено, що багатогранна привабливість української національної культури має стати мотиватором

© Устименко Л. М., 2021
© Крупа І. П., 2021

Стаття надійшла до редакції: 30.04.2021

розвитку не тільки самотутніх туристичних дестинацій, але й національного туризму та світової культури.

■ **Ключові слова:** національний туристичний тренд; національні культурні маршрути; туристична дестинація; туристичні потоки; самотутня туристична дестинація

■ Вступ

Значущість національних культурних туристичних маршрутів важко переоцінити, адже культурна спадщина сприяє формуванню та реалізації національної туристичної концепції, особливо в контексті вдосконалення самотутніх туристичних дестинацій. Національні культурні туристичні маршрути в гуманітарному значенні є своєрідним засобом трансляції культури країни та можуть використовуватися для розвитку як самої особистості, так і самотутніх туристичних дестинацій, які, акумулюючи національну культуру, сприяють культурному поступу цивілізації.

Україна має неперевершене культурне надбання, яке варто побачити усьому світу та й власним громадянам. Тому внутрішній туризм для нашої країни є надто важливим. Національні культурні маршрути розкривають маловідомі сторінки національної історії та культури, відкривають нові шляхи та бачення на забуті чи приховані аспекти певної культурної спадщини. Водночас ці маршрути демонструють різні культурно-історичні епохи та дають можливість побачити красу і велич спільної національно-культурної спадщини. Вони є відображенням культурного розмаїття національної спадщини країни, яка є частиною світової культури.

Теоретичні аспекти досліджуваного питання широко висвітлені Л. Маєвською (2007), яка розглядає етнокультурне виховання. І. Кулаковською (2010) проаналізовано етнокультурний потенціал територій, які є важливим чинником підвищення екскурсійної привабливості туристичних дестинацій. Дослідження С. Кузика (2010) збагатили та конкретизували теорію туристичного ресурсознавства щодо етнічних ресурсів, що є складовою туристичних ресурсів з погляду суспільно-географічного підходу, вирішивши частково теоретичні проблеми туризму відповідного напрямку. Вивчаючи феномен туризму в сучасному соціокультурному просторі, О. Вишневська (2009) доводить важливість краєзнавчого туризму як чинника збереження локальної самотутності та культури посередництвом туристичної діяльності. Соціокультурні аспекти та пріоритети розвитку інноваційних форм і видів туризму, які орієнтовані на використання нематеріальної спадщини ЮНЕСКО розглядалися в роботах Л. Устименко (2001), де процесу взаємопроникнення культур відводиться формуюча роль щодо позитивних цивілізаційно-духовних результатів для всіх суб'єктів туристичної діяльності.

Водночас комплексного дослідження, що поєднувало б вивчення нових національних туристичних трендів, етнокультурних ресурсів як основи самотутніх туристичних дестинацій та використання їх у формуванні національних культурних маршрутів не проводилося.

■ Мета статті

Метою статті є аналіз впливу національних культурних маршрутів на розвиток самотутніх туристичних дестинацій. Завдання дослідження — проаналізу-

вати зміст понять «національні культурні маршрути» та «самобутні туристичні дестинації»; визначити пріоритетні національні туристичні тренди, що створюють базу для формування національних культурних маршрутів та розвитку самобутніх туристичних дестинацій; обґрунтувати доцільність реалізації програми створення національних культурних маршрутів та розвитку самобутніх туристичних дестинацій, використовуючи досвід локації «Петриківський розпис». Методологія дослідження ґрунтується на аналізі основних статистичних і наукових джерел щодо впливу національних культурних маршрутів на формування самобутніх туристичних дестинацій, синтезі міждисциплінарного характеру основних напрямів реалізації програм створення національних культурних маршрутів з метою розвитку самобутніх туристичних дестинацій, використанні методів дедукції та індукції, а також контент-аналізу.

■ Виклад матеріалу дослідження

Створення національних культурних маршрутів — проєкт співпраці у сфері культури, освіти і туризму, метою якого є розробка та просування маршруту або серії маршрутів на основі певних історичних подій, культурної концепції, персоналій чи явища національного значення для розуміння спільних цивілізаційних цінностей. В Україні концепція культурних маршрутів (впроваджена ще у 1987 році) реалізує культурні принципи Європи: права людини на культурну демократію та самобутність, культурне розмаїття. І саме національні культурні маршрути стали стимулом для розвитку як місцевого туризму, так і відповідних послуг, що пов'язані з туризмом, розвитком середнього та малого бізнесу, інновацій та конкурентоспроможності.

Наголосимо, що система європейських культурних маршрутів була конкретизована в критеріях сертифікації «Культурного маршруту». Зокрема, культурний маршрут складає транскордонну мережу, яка охоплює мінімум три країни, що є членами Ради Європи або асоційованими сторонами Європейської культурної конвенції; відповідно тема маршруту має відображати основні цінності Ради Європи та бути перспективною для подальших досліджень; пропонувані проєкти обов'язково повинні мати підтвердження необхідних фінансових та людських ресурсів; подання номінації від юридичних осіб, наприклад, асоціації або об'єднання декількох організацій; система заохочує різні демократичні процеси, що призводять до ухвалення спільних рішень щодо стратегії та діяльності; культурний маршрут повинен мати відповідно розроблені продукти культурного туризму, зокрема путівники, документацію тощо; передбачена реалізація регулярних культурних і мистецьких заходів для молоді, а також тематичних та технічних дискусій тощо.

Для отримання сертифікату культурний маршрут Ради Європи повинен сформувати відповідні рівні: транснаціональний, туристичний, економічний, соціальний, культурний та інноваційний. Основними кроками до сертифікації культурних маршрутів є:

- визначення та опис предмета;
- опис пріоритетних сфер діяльності;
- створення європейської мережі;

– створення загальної візуальної автентики.

Зазначимо, що нині Україною проходять культурні маршрути, зокрема «Via Regia» (маршрут шляху, що з доби раннього Середньовіччя поєднував Східну та Західну Європу, відповідно пропонуючи різноманітні тревел-опції, від традиційного паломництва до подорожей звичайним потягом). Та «Європейський маршрут індустріальної спадщини» (культурний маршрут, що уособлює спільну європейську пам'ять про наукові відкриття, технологічні інновації та соціальний поступ Європи; його локації пов'язані з індустріальною революцією, чим і приваблюють туристів).

16 лютого 2021 року Верховна Рада України ухвалила рішення про приєднання до Розширеної часткової угоди про культурні маршрути, що дозволить країні бути ініціатором та брати участь в транскордонних європейських культурних маршрутах, метою яких є підвищення обізнаності про певну культурну спадщину з акцентом на теми, які мають важливе значення для європейської історії, культури та єдності. Отже, відбулася практична реалізація положень Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Не менш важливою є діяльність Європейського інституту культурних маршрутів, що надає всебічну підтримку країнам-сторонам Розширеної часткової угоди, відповідно, здійснюючи експертизу, поширює інформацію про найкращі практики щодо розробки та реалізації інноваційних проєктів у сфері культурного туризму зокрема та сталого розвитку територій загалом. Це особливо актуально з огляду на умови, в яких опинилася індустрія туризму та гостинності внаслідок пандемії COVID-19.

Досліджуючи туризм звернемо увагу на соціокультурні зміни, мотивацію туристичних потреб, стереотипи туристичної поведінки та вплив туризму на стандарти життя туристичних центрів, процес встановлення контакту між туристами та приймаючою стороною, тобто умови контакту (культура, мова, менталітет, традиції, заборони, інформація тощо), можливості успіху в позитивних для обох сторін контактах (Вишнеvsька, 2009, с. 150–158). І якщо раніше туриндустрія орієнтувалась на стандартизацію людини, її культурні та життєві потреби, то зараз перевага надається гуманізації, соціалізації, екологізації, які зумовлені змінами основних пріоритетів, що у свою чергу впливають на мотивацію діяльності людини у звичайному житті та в межах туристичної діяльності (Ustymenko, 2016, pp. 11–16). Ключовим елементом успішності туристичної галузі є здатність розпізнавати зміни та працювати із ними за широким діапазоном поведінкових, екологічних та технологічних чинників, інтегрувавши їх взаємодію. Тобто акцентується на сучасних туристичних трендах, особливо національних. Тому необхідно дати визначення поняття «національний туристичний тренд». Отже, національний туристичний тренд — це тенденція до змін в туризмі, яка може бути лінійною, системною або циклічною в соціокультурному просторі певної нації.

Відповідно до кризової ситуації щодо міжнародного туризму на перший план для громадян майже всіх країн виходить внутрішній туризм. На сьогодні, за даними експертів, найбільш відвідуваною туристичною дестинацією стало Північне Причорномор'я. Друге місце за популярністю серед вітчизняних туристів після морів посідає Західна Україна, третє — столичний регіон та, власне, Київ, четверте — локальні туристичні дестинації в інших місцях. Це загальні дані по

відвідуванням туристів сукупно по всім видам туризму. Так, перше місце серед українців посідає рекреаційний туризм, а от друге — культурний туризм. Тому потреба в національних культурних маршрутах зростає і цим варто скористатися не тільки для розвитку туризму, але й для розвитку самобутніх туристичних дестинацій.

Яскравим прикладом є петриківський розпис, який було включено до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО в грудні 2013 року. Відомо, що петриківський розпис — це українське національне декоративно-прикладне, станкове народне малярство. Візерунки з легкістю можна перенести на будь-які поверхні та текстури, починаючи від стін інтер'єру та великих декоративних панно і закінчуючи склом, текстилем та пластиком.

Водночас петриківський розпис, як і будь-який вид мистецтва, розвивається і реагує на події та запити сьогодення, поступово переходить у новий вимір. Мало хто тепер розмальовує стіни оселі барвистими квітами (хоча трапляються й такі замовлення!). Сьогодні це наш імідж, національний культурний бренд. Петриківський розпис — це те, що можна показати з гарної, позитивної сторони, адже він поєднує історію, традицію та сучасність. Художники погоджуються, що хоча петриківський розпис є символом українського народного мистецтва, але водночас він має великий потенціал для інноваційного використання. Сучасне переосмислення відбувається саме зараз: популярними стають принти на футболках, світшотах, торбинах. Орнаменти прикрашають капоти авто та мобільні телефони й дедалі більше використовуються у дизайні, на посуді та предметах побуту.

З поширенням мережі Інтернет, змінюються й засоби трансмісії петриківського розпису: раніше майстерність передавалась від покоління до покоління по родинній лінії, чи від майстра учневі, нині ж основним способом передачі традицій все більше стають засоби масової інформації, зокрема соціальні мережі, проводяться онлайн-екскурсії та онлайн-лекції, онлайн-уроки та онлайн майстер-класи, що в свою чергу робить петриківський розпис частково елементом масової культури. Він продовжує трансформуватися, активно інтегрується в сучасну мистецьку реальність, зокрема через репрезентацію на регіональних та всеукраїнських, міжнародних виставках, етнофестивалях, сучасних мистецьких практиках (акціонізм та перформанс, бодіарт та геппенінг), інтернет-ресурсах (вебсайти художників, сторінки в соціальних мережах, онлайн-виставки та блоги) тощо. Існування петриківського розпису в цьому вимірі обумовлює модифікацію стилістики розписів, деякі сюжети набувають цільового характеру.

В контексті інтеграції України в світовий культурний простір петриківський розпис все частіше набуває національної репрезентативної функції у світовому вимірі, уособлює функції бренду, що з регіонального перетворився на загальнонаціональний репрезентативний елемент. Майстри петриківського розпису належно сприймають зміни й виклики сучасності, продовжуючи традицію та популяризуючи її власною творчістю. Кожен із них чітко бачить своє місце і завдання у збереженні та розвитку цього мистецтва. Майстер-класи з малювання в стилі петриківського розпису зберігають традиції, передають їх далі, роблять неабиякий внесок в те, щоб українські традиції не забувались, а продовжували іс-

нувати надалі. Ось чому Петриківка як самобутня туристична дестинація має розвиватися і повинна бути включена в національні культурні маршрути. Багатогранна привабливість має стати мотиватором розвитку не тільки самобутньої туристичної дестинації, але й національного туризму та культури загалом.

Висновки

Отже, можемо зазначити, що у дослідженні схарактеризовано та проаналізовано основні сучасні національні туристичні тренди, що впливають на формування національних культурних маршрутів, зокрема популяризація національної культурної спадщини, розвиток внутрішнього туризму за умови покращення його сервісу; використання соціальних мереж з метою реклами розвитку самобутніх туристичних дестинацій; розвиток інноваційних форм роботи серед потенційних та реальних споживачів; оптимізація віртуалізації подачі інформації про туристичні дестинації з доповненою реальністю; цілодобова підтримка в соціальних мережах. Обґрунтовано та введено до наукового обігу теорії культурології та туризмознавства поняття «національний туристичний тренд». Доведено, що багатогранна привабливість української національної культури має стати мотиватором розвитку не тільки самобутніх туристичних дестинацій, але й національного туризму та світової культури.

Список використаних джерел

- Вишневецька, О. О. (2009). *Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі* [Монографія]. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
- Волошина, І., & Логвиненко, Б. (2019, 1 вересня). *Всесвітньо невідома Петриківка*. <https://petrykivka.dp.ua/ukrayiner-vseshitno-nevidoma-petrykivka/>
- Кузик, С. (2010). *Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід* [Монографія]. Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка.
- Кулаковська, І. М. (2010). Етнокультурний потенціал як чинник підвищення екскурсійної привабливості регіону. *Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 3, 73–76.
- Лісний, І. (2016, 1 вересня). *ЦІКАВО: 10 фактів про петриківський розпис*. <https://petrykivka.dp.ua/tsikavo-10-faktiv-pro-petrykivskiy-rozpis/>
- Маєвська, Л. М. (2007). *Етнокультурне виховання. Нормативно-правове забезпечення: Міжнародний та вітчизняний рівень*. Житомирський державний університет імені Івана Франка.
- Устименко, Л. М. (2001). *Реалізація культурно-просвітнього потенціалу туризму в організації дозвілля молоді* [Автореферат дисертації кандидата педагогічних наук, Київський національний університет культури і мистецтв, Інститут проблем виховання НАПН України].
- Устименко, Л. М. (2012). Культурно-освітній потенціал етнографічного туризму. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія, культурологія, соціологія*, 4, 90–96.
- Чуднівський, А. С. (2019). *Петриківський розпис як феномен української художньої культури* [Дисертація кандидата мистецтвознавства, Інститут проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України].

Ustyomenko, L. (2016). Weekend tourism as a cultural phenomenon. *Культура і мистецтво у сучасному світі*, 17, 11–16.

Ustyomenko, L. (2018). Involving UNESCO intangible cultural heritage in tourist and recreational activities. *World science*, 4(32), 16–19.

References

Chudnivets, A. S. (2019). *Petrykivskiyi rozpys yak fenomen ukraïnskoi khudozhnoi kultury [Petrykivka Painting as a Phenomenon of Ukrainian Artistic Culture]* [PhD Dissertation, Modern Art Research Institute National Academy of Arts of Ukraine] [in Ukrainian].

Kulakovska, I. (2010). Etnokulturnyi potentsial yak chynnyk pidvyshchennia ekskursiinoi pryvablyvosti rehionu [Ethnocultural potential as a factor of increasing the exciting attractiveness of the region]. *Bulletin of the State Academy of Management of Culture and Arts*, 3, 73–76 [in Ukrainian].

Kuzyk, S. (2010). *Teoretychni problemy turyzmu: suspilno-heohrafichni pidkhyd: monohrafiia [Theoretical Problems of Tourism: Socio-geographical Approach]* [Monograph]. Publishing center Ivan Franko National University of Lviv [in Ukrainian].

Lisnyi, I. (2016, September 1). *TsIKAVO: 10 faktiv pro petrykivskiyi rozpys [INTERESTING: 10 facts about Petrykivka painting]*. <https://petrykivka.dp.ua/tsikavo-10-faktiv-pro-petrykivskiy-rozpis/> [in Ukrainian].

Maievskaya, L. (2007). *Etnokulturne vykhovannia. Normatyvno-pravove zabezpechennia: Mizhnarodnyi ta vitchyzniani riven [Ethno-cultural Upbringing. Legal and Regulatory Framework: International and National Level]*. Zhytomyr Ivan Franko State University [in Ukrainian].

Ustyomenko, L. M. (2001). *Realizatsiia kulturno-prosvitnoho potentsialu turyzmu v orhanizatsii dozvillia molodi [Realization of Cultural and Educational Potential of Tourism in the Organization of Youth Leisure]* [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts, Institute of Problems of Education National Academy of Educational Sciences of Ukraine] [in Ukrainian].

Ustyomenko, L. M. (2012). Kulturno-osvitnii potentsial etnohrafichnoho turyzmu [Cultural and educational potential of ethnographic tourism]. *Bulletin of Mariupol State University. Series: Philosophy, culture studies, sociology*, 4, 90–96 [in Ukrainian].

Ustyomenko, L. (2016). Weekend tourism as a cultural phenomenon. *Culture and Arts in the Modern World*, 17, 11–16 [in English].

Ustyomenko, L. (2018). Involving UNESCO intangible cultural heritage in tourist and recreational activities. *World science*, 4(32), 16–19 [in English].

Voloshyna, I., & Lohvynenko, B. (2019, September 1). *Vsesvitno nevidoma Petrykivka [World-famous Petrykivka]*. <https://petrykivka.dp.ua/ukrayiner-vsesvitno-nevidoma-petrykivka/> [in Ukrainian].

Vyshnevskaya, O. (2009). *Fenomen turyzmu u suchasnomu sotsiokulturnomu prostori [The Phenomenon of Tourism in the Modern Socio-cultural Space]* [Monograph]. Kharkiv National University named after V. N. Karazin [in Ukrainian].

NATIONAL CULTURAL ROUTES AS A DEVELOPMENT FACTOR OF THE ORIGINAL TOURIST DESTINATIONS

Lesia Ustymenko^{1a}, Inna Krupa^{2a}

¹PhD in Education, Associate Professor,
ORCID: 0000-0003-2631-1459, e-mail: ustilesia@gmail.com,

²Lecturer,
ORCID: 0000-0002-3930-5552, e-mail: innuka@ukr.net,

^aKyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to analyse the influence of national cultural routes on the development of the original tourist destinations. National cultural tourist routes are the peculiar means of transmitting the country's culture and can be used to develop both the personality and the original tourist destinations. The research methodology consists in using methods of complex analysis and synthesis, deduction and induction, as well as content analysis of the main statistical and scientific sources as to the influence of national cultural routes on the formation of original tourist destinations, interdisciplinary nature of the main areas for the implementation of programmes directed at the national cultural routes creation in order to develop original tourist destinations. Scientific novelty. The main areas for the implementation of programmes directed at national cultural routes creation in order to develop original tourist destinations have been identified. The concept of the "national tourist trend" has been substantiated and introduced into the scientific circulation of cultural studies and tourism. Conclusions. The article analyses and gives characteristics to the main modern national tourist trends, which affect the formation of national cultural routes, in particular, the popularization of national cultural heritage, the development of domestic tourism under the condition of improving the quality of its service; the use of social networks to advertise the development of original tourist destinations; the development of innovative forms of work among potential and real consumers; optimization of virtualization of information on tourist destinations with augmented reality; round-the-clock support in social networks. The article demonstrates that the many-sided attractiveness of Ukrainian national culture should become a motivator for the development of not only original tourist destinations but also national tourism and world culture.

Keywords: national tourist trend; national cultural routes; tourist destination; tourist flows; original tourist destination

НАЦИОНАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ МАРШРУТЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ САМОБЫТНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Устименко Леся Николаевна^{1а}, Крупа Инна Петровна^{2а}

¹Кандидат педагогических наук, доцент,

ORCID: 0000-0003-2631-1459, e-mail: ustilesia@gmail.com,

²Преподаватель,

ORCID: 0000-0002-3930-5552, e-mail: innuka@ukr.net,

^аКиевский национальный университет культуры и искусств,

Киев, Украина

Аннотация

Цель статьи — проанализировать влияние национальных культурных маршрутов на развитие самобытных туристических дестинаций. Национальные культурные туристические маршруты являются своеобразным средством трансляции культуры страны и могут использоваться для развития как самой личности, так и самобытных туристических дестинаций. Методология исследования заключается в использовании методов комплексного анализа и синтеза, дедукции и индукции, а также контент-анализа основных статистических и научных источников о влиянии национальных культурных маршрутов на формирование самобытных туристических дестинаций, междисциплинарного характера основных направлений реализации программ создания национальных культурных маршрутов с целью развития самобытных туристических дестинаций. Научная новизна. Определены основные направления реализации программ создания национальных культурных маршрутов с целью развития самобытных туристических дестинаций. Обосновано и введено в научный оборот теории культурологии и туризмоведения понятие «национальный туристический тренд». Выводы. Охарактеризованы и проанализированы основные современные национальные туристические тренды, влияющие на формирование национальных культурных маршрутов, в частности популяризация национального культурного наследия, развитие внутреннего туризма при улучшении его сервиса; использование социальных сетей с целью рекламы развития самобытных туристических дестинаций; развитие инновационных форм работы среди потенциальных и реальных потребителей; оптимизация виртуализации подачи информации о туристических дестинациях с дополненной реальностью; круглосуточная поддержка в социальных сетях. Доказано, что многогранная привлекательность украинской национальной культуры должна стать мотиватором развития не только самобытных туристических дестинаций, но и национального туризма и культуры в целом.

Ключевые слова: национальный туристический тренд; национальные культурные маршруты; туристическая дестинация; туристические потоки; самобытная туристическая дестинация